

# SEMANAeconómica

SEMANAeconomica.com

Lima, 22 de septiembre del 2024 | Año XXXIX | No 1930 | Precio S/30

## ► BANCOS

El repunte que asoma en sus niveles de rentabilidad (p. 12)

## ► POBREZA

La eterna deuda pendiente del indicador multidimensional (p. 20)

## ► CONTRATACIONES

Los sectores que encabezarán la búsqueda de nuevo talento (p. 26)



FALABELLA

## Recupera el color

A un año de la crisis que lo llevó a perder el grado de inversión, el *holding* chileno buscará consolidar la resurrección vista en los últimos meses. En Perú, la apuesta será reorganizar la oferta de Tottus y expandir a más regiones el formato *discounter*. (p. 10)



CADE Ejecutivos 2024 presentará propuestas para alcanzar una visión conjunta entre empresarios y sociedad civil, que señale claramente cómo salir de la situación actual:

- **Reconstruir** el Estado: Salud, Educación, Seguridad y Justicia para todos.
- **Accionar** reformas políticas e institucionales: Integridad, Meritocracia y Eficacia.
- **Retomar** el crecimiento económico y la inclusión de manera sostenible.

### CON LA PARTICIPACIÓN DE DESTACADOS EXPOSITORES

**Beatriz Boza**

Socia EY Gobierno Corporativo y Familias Empresarias



**Andrés Malamud**

Político e investigador en el Instituto de Ciencias Sociales de la Universidad de Lisboa



**Alvaro Uribe**

Expresidente de Colombia



**Ana Rosa Valdivieso**

Alta Representante para el Proceso de Adhesión del Perú a la OCDE



**Alejandro Weber**

Decano de la Facultad de Economía y Gobierno de la Universidad San Sebastián



TECSUP campus AREQUIPA  
Urb. Monterrey D-8,  
Calle Luis Buzamante y Rivas

"SÉ PARTE DEL FORO EMPRESARIAL MÁS IMPORTANTE DEL PAÍS"

**MÁS Información**

[www.cadeejecutivos.com](http://www.cadeejecutivos.com) / [cadeejecutivos@pae.pe](mailto:cadeejecutivos@pae.pe) / 644 0552

**IPAE**  
ACCIÓN EMPRESARIAL

#### AUSPICIADORES

##### PLATINO



##### ORO



##### PLATA



##### COLABORADORES



##### CON EL APOYO DE



#### MEDIOS ALIADOS

##### PROMOTORES



##### AUSPICIADORES



##### COLABORADORES



# Índice

22 de septiembre del 2024 | Año XXI | No SE 1930

|                                                                                                                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>LA VOZ DE SE</b> El Perú, país de informales, emprendedores y mypes, necesita un sector microfinanciero más dinámico, pero, sobre todo, responsable y seguro.     | 6  |
| <b>VOCES Y OPINIONES</b> Zelma Acosta Rubio, VP de Diversidad, Equidad e Inclusión de Intercorp                                                                      | 8  |
| <b>SE DESTACA</b> A un año de la crisis, el holding chileno Fabella buscará consolidar la renarescencia vista en los últimos meses.                                  | 10 |
| <b>SE DESTACA</b> El 2524 apunta hacia una gradual recuperación de la rentabilidad de los bancos del país, que había acumulado diversos golpes en los últimos meses. | 12 |

## Sectores y Empresas

|                                                                                        |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>INDUSTRIA</b> Joya de repunte                                                       | 14 |
| <b>INDUSTRIA</b> Asset Industrial: "Los empresarios solo están haciendo mantenimiento" | 15 |
| <b>ACROPECUARIO</b> Los costos del fuego                                               | 15 |
| <b>INMOBILIARIO</b> Efectos de la 'Tasa Airbnb'                                        | 16 |
| <b>EDUCACIÓN</b> UTEC: "Esperamos un crecimiento mayor al 20% [en 2024]"               | 16 |
| <b>ATURISMO</b> Hosteleros en vilo                                                     | 17 |
| <b>INMOBILIARIO</b> Toco en Urtuna Perú                                                | 17 |

## Economía y Finanzas

|                                                   |    |
|---------------------------------------------------|----|
| <b>POBREZA</b> La eterna deuda del indicador      | 20 |
| <b>COMMODITIES</b> Petróleo a la baja             | 21 |
| <b>MERCADO DE VALORES</b> Buen viento para la BVL | 21 |
| <b>MACROECONOMÍA</b> RIN: repunte coyuntural      | 22 |

## Management

|                                                                                      |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>DESARROLLO</b> Apuesta por más contrataciones                                     | 26 |
| <b>GOBERNANZA</b> BBVA: "Se está haciendo mucho de lo mismo y no se logra un cambio" | 27 |
| <b>ESTRATEGIA</b> El incómodo momento del planeamiento estratégico                   | 27 |

## Legal y Política

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| <b>TRIBUTARIO</b> La dudosa apuesta por el ISC                    | 28 |
| <b>BARRERAS BUDCRÁTICAS</b> Inyección de velocidad                | 30 |
| <b>COMPETENCIA</b> Atención a la política nacional de competencia | 30 |

## Movidas



**LUIS ALBERTO MUÑOZ DÍAZ** asumió como presidente del Directorio de Caja Trujillo. Forma parte de la mesa directiva desde hace 17 años y ocupó la presidencia en dos ocasiones anteriores.



**OSCAR BRAVO PÉCHE** es el nuevo gerente corporativo de Contabilidad de Aenza. Venía desempeñándose como gerente corporativo de Contabilidad y Costos de Alicorp.



**MARTÍN PÉREZ MONTEVERDE** es el nuevo presidente del Consejo Empresarial Peruano Japonés para el periodo 2024-2026. También se desempeña como Director Ejecutivo de la Fundación Romero e integra distintos directorios.



**CARLOS MIRANDA** se incorporó como gerente de Supply Chain del equipo corporativo de Industrias San Miguel (ISM). Anteriormente, fue gerente de Cadena de Suministros en Pesquera Diamante.



**JOSÉ REVILLA** fue nombrado CEO de Enter Tech School. También se desempeña como gerente académico en el IEST Centro Tecnológico Minero.

**SEMANAeconómica**, el mejor análisis económico y de negocios para los líderes de las empresas en el Perú

Síguenos en:



## SEMANAeconómica



**Número 1930**

Lima, 22 de septiembre del 2024

**DIRECTOR Y GERENTE DE CONTENIDOS** / Diego Chalmes Canal

**EDITORES** / Juan Rosales Arenas y Jaime Cordova

**EDITOR WEB** / Iván Álvarez

**ANALISTA SENIOR** / Marco Alva Pino, Alessandra Salceda U., Junior Muri

**ANALISTAS** / Alva Naupac O., Jonathan Tienova V. Marisol Alvarado Bolívar, Claudia Gutiérrez Coseñas, Edward Alarcón

**ASISTENTE DE REDACCIÓN** / Tamara Ojeda Tarrillo

**COMMUNITY MANAGER** / Diana Yang

**EDITORIA GRÁFICA** / Martha Rodríguez Salazar

**DISEÑO E INFOGRAFÍA** / Andrés Bedregal, Rubén Morales

**FOTOGRAFÍA** / Olenka Calderón

**COORDINADOR AUDIOVISUAL** / Juan Carlo Gactahuaman

**REALIZADOR AUDIOVISUAL** / Italo Bernal Sánchez

**GERENTE GENERAL** / Carlos de la Haza

**CHIEF REVENUE OFFICER** / Ernesto Ferrini

**JEFE DE CONTENT LAB** / Eduardo Prado Estrella

**JEFE DE MARKETING DIGITAL** / Luis José Molisquet Lévano

**EDITORA DE NUEVOS PRODUCTOS** / Jenny Vaillos Paz

**EDITOR DE ARTE** / Rafael Torres M.

**ANALISTA DEL CONTENT LAB** / Eusebia Navarro

**JEFE DE CALL CENTER** / Martín Bringsa

**JEFE DE ADMINISTRACIÓN, TESORERÍA Y CONTABILIDAD** / Roumery de la Torre

**PUBLICIDAD** / Graciela Escobal, Ana Reyes, Muki Basso

**WEB TRAFFICKER** / Mario Popuche

**TELEMARKETING** / Silvana Pulaski, Beatriz Díaz, Marcos González

**ADMINISTRACIÓN** / Isela Vidalkin, Peggy Yamashita, Victoria Arana

**DISEÑO** / Cecile (Londres)

**FOTOS INTERIORES** / Getty Images, iStock, Andina, Presidencia



**OFICINA DE REDACCIÓN** / Av. Canal y Marzola 340 Piso B, Lima 22 Perú

**TELÉFONO** / 213-0600

**FAX** / 444-5240

**IMPRESIÓN** / Editorial Supergrafica SRL  
Av. Manuel Tellería Viala 165 Urb. Chacra Rosalino, Lima

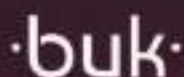
**DEPÓSITO LEGAL** / 150805-95-0304

**RUC** / 20260510887

©Perú Económico S.A. Derechos reservados



El texto del Código de Ética en esta revista electrónica está disponible en:  
<http://semanaeconomica.com/etola>



Evento

# Indicadores de alto impacto

En busca de equipos con mejor rendimiento

**03 OCTUBRE** 8:30 AM

Participan:



**Ximena Cuadros**  
Gerente Divisional de  
Estrategia de Personas  
de Mibanco



**Sebastián Ausín**  
Country Manager  
de Buk Perú



**Agustina Ochoa**  
VP de People  
de Backus



**Mónica Obando**  
Gerente Senior de  
Personas de LATAM  
Airlines Perú



Regístrate



## LLUVIA DE INTERVENCIONES

El Perú, país de informales, emprendedores y mypes, necesita un sector microfinanciero fuerte y dinámico, pero, sobre todo, responsable y serio. La crisis actual deja en evidencia a aquellos accionistas y ejecutivos que no hicieron los deberes.

La semana pasada, el sector microfinanciero peruano sumó un nuevo caído. Credinka, propiedad de Diviso Grupo Financiero, fue intervenida por la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS), debido al alarmante deterioro de sus indicadores de solvencia. Según manifestó el superintendente adjunto de Banca y Microfinanzas de la SBS, Jorge Mogrovejo, la entidad registraba pérdidas sostenidas de entre S/3 millones y S/4 millones mensuales. Ni siquiera haberse acogido a los programas de fortalecimiento patrimonial del Estado —que le permitieron acceder a recursos por más de S/39 millones— sirvió para que Credinka recupere la viabilidad.

Su salida del mercado, por el contrario, era algo que se daba por descontado entre quienes conocen la dinámica del sector. La intervención de la SBS fue necesaria, inevitable y oportuna. Y, a juzgar por cómo vienen los indicadores de otras entidades del sector, no sería la última.

Como ha advertido SEMANAeconómica anteriormente (SE 1929), los ratios de solvencia de un importante grupo de microfinancieras atraviesan hoy un estadio límite. Para muchas entidades, el camino hacia la recuperación luce bastante complejo. Y, para otras, luce imposible de salvar.

En julio pasado, la SBS se vio en la necesidad de intervenir Caja Sullana y una cooperativa. A menos que el sector ingrese de lleno en una dinámica de consolidaciones, fusiones y adquisiciones, es muy probable que otras microfinancieras tengan el mismo final. Y, en este contexto, cabe preguntarse hasta qué punto eso sería una mala noticia.

Hoy, hay motivos para mirar el vaso medio lleno. Por un lado, el regulador ha actuado de manera diligente y la salud del sistema financiero, en su conjunto, se mantiene en niveles aceptables. Por

el otro, el sector microfinanciero necesitaba una urgente depuración y la coyuntura adversa no hizo más que acelerarla.

Es innegable que la crisis actual tiene que ver con el deterioro de indicadores clave, como la morosidad, que a su vez está conectada con los shocks macroeconómicos recientes y con las dificultades que vienen enfrentando los pequeños emprendedores y las mypes para recuperar las cifras previas a la pandemia del Covid-19.

Pero esa es sólo una parte de la historia. La otra —que no se comenta tanto— tiene que ver con la responsabilidad de los accionistas y ejecutivos encargados de la gestión de instituciones como Credinka. Una responsabilidad que debería ser mayor, si se toma en cuenta que el público al que atienden es, en su mayoría,

gente de bajos recursos.

La crisis del sector está dejando en evidencia las diferencias entre las empresas que han mostrado un manejo responsable y las que no. Que algunas microfinancieras estén sorteando mejor

estos momentos de turbulencia da cuenta de las distintas maneras que eligieron las entidades para enfrentar el temporal. Mientras algunas ajustaban sus políticas de otorgamiento de créditos, buscaban reducir su riesgo y procuraban mantener una prudente fortaleza patrimonial, otras optaron por seguir asumiendo riesgos. Por dejarse arrastrar, quizás simplemente por indolencia o tal vez confiadas en que, en última instancia, contarían con el Estado para un rescate *in extremis*.

Crisis como esta dejan en evidencia quiénes hicieron los deberes y quiénes no. A fin de cuentas, es así como funcionan los mercados. Y está bien. El Perú, país de informales, emprendedores y mypes, necesita de un sector microfinanciero fuerte, dinámico e innovador, pero también serio y responsable. ■



**La crisis del sector microfinanciero está exponiendo a accionistas y ejecutivos que eligieron un manejo irresponsable de sus entidades**

# Qué Pasó



1

**REPUNTE.** Tras una desaceleración en junio, cuando el PBI creció sólo 0.21%, la economía peruana se recuperó en julio al registrar un crecimiento de 4.47%, superando las expectativas del mercado (3.5%). El INEI reportó que el repunte del PBI fue impulsado por sectores primarios como la pesca (4.9%) y la manufactura primaria (2.6%), así como por los sectores no primarios, destacando la manufactura no primaria (10.4%) y la construcción (7.1%). Con el resultado, el PBI acumuló una expansión de 2.78% entre enero y julio.

2

**CORRECCIÓN.** El BCR elevó de 2.8% a 3.3% del PBI su proyección del déficit fiscal para el 2024, informó su presidente, Julio Velarde. La nueva estimación del BCR está alineada con los estimados de las clasificadoras de riesgo, bancos y analistas, que anticipan que el Perú no alcanzará su objetivo fiscal (2.8% del PBI) este 2024 por segundo año consecutivo. Asimismo, el BCR mantuvo su proyección de crecimiento del PBI en 3.1% para el 2024, con un sesgo al alza. En tanto, Moody's mejoró la perspectiva del Perú de negativo a estable y mantuvo la calificación crediticia en Baal.

3

**MEDIDA.** La SBS intervino a Financiera Credinka por el deterioro de su solvencia y pérdida patrimonial del 59.53%. Como parte del proceso, la SBS realizó una subasta de un bloque de activos y pasivos de la financiera, y determinó que Caja Arequipa acogerá a los clientes de Credinka. La intervención también provocó que el presidente del directorio de Credinka,

José Fernando Romero, deje la presidencia del directorio de Cavali, ya que el estatuto de esta última impide que personas vinculadas a entidades en insolvencia o intervenidas formen parte del directorio.

4

**OPERACIÓN.** De cara a reforzar su presencia en el mercado global de gas natural licuado (GNL), Saudi Aramco anunció que incrementará su participación en MidOcean Energy a 49% y financiará la compra de un 15% adicional en Perú LNG, de Hunt Oil. Con este movimiento, la petrolera saudí obtendrá una participación indirecta de 12.2% en Perú LNG, mientras que Hunt conservará el 25.2% del proyecto upstream de Camisea. Para Aramco, la planta de licuefacción Pampa Melchorita de Perú LNG, con una capacidad de procesar 4.45 millones de toneladas de gas natural por año (mtpa), es un componente clave para su expansión en América Latina.

5

**CONTROVERSIAS.** La Séptima Sala Contencioso Administrativa de Lima emitió una resolución que ordena la devolución de cartas fianza por más de 5,300 millones a Telefónica del Perú, en el marco del litigio que mantiene con la Sunat por controversias tributarias en torno al Impuesto a la Renta de los años 1998, 2000 y 2001. La Sunat calificó la decisión como "insólita" y advirtió que podría comprometer el cobro de la deuda a la empresa, por lo que solicitó la nulidad de la resolución. Telefónica respaldó el fallo, alegó que no existía deuda y acusó a la Sunat de ejecutar indebidamente las fianzas.



5

# Voces y Opiniones

COLUMNISTA INVITADA

## La tolerancia cero al acoso exige un enfoque integral

La productividad y creatividad del colaborador sólo podrá impulsarse en un entorno que, verdaderamente, valore y promueva la seguridad psicológica.

**Zelma  
Acosta-Rubio**

*VP de Diversidad, Equidad  
e Inclusión de Intercorp*



### **SOBRE LA AUTORA**

Zelma es Vicepresidenta Ejecutiva de Diversidad, Equidad e Inclusión de Intercorp y Vicepresidenta Ejecutiva de Asuntos Corporativos y Sostenibilidad tanto de Intercorp Financiera Services (IFSC) como de Interbank. Es abogada por la UCA (Venezuela), MBA por la Universidad de Pinar, Magister en Derecho Financiero Internacional por la Universidad de Buenos Aires (EE.UU.) y Magister en Derecho Arbitral por la Universidad de Nueva York (EE.UU.). Además, participa en directorios y consejos consultivos con foco en ciudadanía corporativa, gobernanza e inclusión social.

Una política bien aplicada de tolerancia cero al acoso sexual laboral requiere, hoy, de un enfoque integral. Un enfoque que comienza desde los procesos de selección y continúa con una estrategia *always-on*, que permita escuchar a la organización e implementar acciones de prevención y capacitación para calar en todos sus integrantes. Porque, parafraseando a un líder amigo, "fortalecer la cultura de la empresa es la mejor manera de proteger a los colaboradores".

Nuestras organizaciones deben contar con reglas claras. Atender, concientizar y descentralizar son tres dimensiones de un marco de actuación único que nos permite, en primer lugar, contar con un proceso de denuncia de calidad, que acompañe a las personas de forma empática y responsable. Luego, nos permitirá enseñar a identificar posibles casos de hostigamiento sexual laboral, a través de campañas de comunicación y espacios de aprendizaje. Y, finalmente, servirá

para promover y lograr que colaboradores, líderes y testigos asuman un rol activo, incentivando conversaciones con foco en la prevención.

Con este marco de actuación, tenemos la oportunidad también de asegurarnos de qué y cuánto

estamos aprendiendo. Las empresas con una gestión integral contra el hostigamiento realizan retrospectivas anuales para aprender de la casuística, realizan *focus groups* con personas que han pasado por un proceso de denuncia y, a partir de estos análisis, se retan para entender las causas que dan origen a las conductas inapropiadas. Un ejercicio de retrospectiva bien logrado nos ayuda a diseñar acciones para fortalecer la prevención y mejorar los mecanismos de capacitación. Evaluamos, aprendemos, ajustamos y actuamos.

A partir de retrospectivas en las que he participado recientemente, conside-

ro que existen determinadas prácticas esenciales, cuya implementación invito a considerar. Y la primera, sin duda, es incorporar en los procesos de selección un conjunto de acciones que permita identificar tanto las competencias técnicas como el carácter del postulante, pruebas de integridad que midan comportamientos éticos, simulaciones y *role play* para observar interacciones reales. Del mismo modo, son importantes las evaluaciones psicométricas que identifiquen rasgos de personalidad y, por supuesto, las referencias laborales para obtener información sobre el comportamiento previo del postulante.

Además, si en nuestras empresas buscamos contar con espacios seguros para todos, es importante que esa intención sea transmitida oportunamente. Verbalizar la expectativa, compartir casuística y explicar las consecuencias de comportamientos inapropiados durante las entrevistas es un mensaje potente que marca la cancha desde el inicio.

Una vez finalizada la contratación, inician los procesos de inducción. Y, con ellos, debe iniciar la estrategia *always-on* de sensibilización y capacitación. Es importante que las personas comprendan que las empresas se comprometen a asegurar procesos ágiles, confidenciales, justos y seguros. Pero también es clave que se entienda que no todas las situaciones son iguales y que las medidas correctivas y las sanciones deben ser proporcionales a la gravedad de la conducta.

Una política integral de tolerancia cero al acoso requiere de personal capacitado, procesos definidos y decisiones adecuadas para impulsar una cultura de prevención, dándole sentido de urgencia a la generación de más espacios donde todos se sientan seguros y valorados. Y es que sólo en un ambiente que valore y promueva la seguridad psicológica podrá impulsarse verdaderamente la productividad y creatividad de los colaboradores, permitiéndoles un desarrollo profesional óptimo, que contribuya no sólo a alcanzar los objetivos de la organización, sino también a la construcción de una sociedad más justa e inclusiva. ■

**Las empresas  
con una gestión  
integral contra  
el hostigamiento  
realizan  
retrospectivas  
anuales para  
aprender de la  
casuística**

SEMANAeconómica

ESPECIAL

# TRANSICIÓN ENERGÉTICA



- Los actores e industrias que están liderando la transición
- Los agentes financieros que impulsan esta transformación
- Los nuevos jugadores de la creciente apuesta por proyectos renovables
- El impacto de la transición vehicular a nivel país

Fecha de publicación  
**6 de octubre**

Cierre de publicidad:  
**2 de octubre**

Contacto comercial  
[publicidad@se.pe](mailto:publicidad@se.pe)



# CAMBIO DE TEMPORADA

A un año de la crisis, el *holding* chileno buscará consolidar la resurrección vista en los últimos meses. En el Perú, sus próximos pasos incluyen la reorganización de la oferta en su unidad de supermercados, Tottus, y la expansión de su formato de *discounter* a más regiones del país.



POR ALBA NAUPAS O.

Las oficinas y los balances de Falabella viven un cambio de estación. Tras un invierno del 2023 frío en resultados, una reorganización que alcanzó al directorio y a la gerencia general, e importantes anuncios de recorte de personal y desinversiones, hoy el *holding* chileno atraviesa una primavera de recuperación. A un año de la crisis que derivó en la pérdida de su grado de inversión, el urgente giro estratégico que llevó a Falabella a enfocarse en las eficiencias, la experiencia del cliente y la rentabilidad empieza a mostrar sus frutos.

Durante el 2T24, la firma reportó un *ebitda* de US\$344 millones, que constituye un crecimiento interanual de 131%. Y, en lo que va del año, la acción acumula una rentabilidad del 38%. "Si bien el crecimiento de las ventas se mantuvo por debajo de niveles históricos, vimos una mejora en las ventas y logramos multiplicar nuestro *ebitda* por 2.3 veces, en comparación con el 2T23. Alcanzamos un margen *ebitda* de 11.2%, no visto desde el 2021. Los esfuerzos implementados en el último año y medio están comenzando a dar frutos. Sin embargo, aún no hemos alcanzado el nivel de rentabilidad que somos capaces de lograr", afirmó el CEO de Falabella, Alejandro González, durante el último *conference call* del *retailer*.

De consolidar esta recuperación —beneficiada, además, por factores coyunturales—, la compañía podría encaminarse a recuperar el grado de inversión. Para ello, los tomadores de decisión dentro de Falabella están delineando los próximos pasos. Y, en el Perú, ya tendrían claro que el crecimiento deberá apalancarse en la expansión de sus formatos de *discounter*, en el reenfoque de la oferta de Tottus para priorizar la categoría *food* y en el refuerzo de la experiencia omnicanal de sus tiendas departamentales.



## Ajuste de tuercas

A lo largo de los últimos 12 meses, el directorio de Falabella, con Enrique Ostalé a la cabeza, desplegó un agresivo plan de eficiencias. En el Perú, este incluyó medidas como la venta de los *malls* Open Plaza (SE1883), la reestructuración de su *marketplace* (SE1901) y la reducción de personal; todas ellas anticipadas, en exclusiva, por SEMANAeconómica.

A nivel regional, Falabella apostó además por mejorar la gestión de sus inventarios y reducir el *stock* para ofrecer precios más competitivos. "Empezaron a tener menos *stock* y acortaron los ciclos de compra para bajar cada vez más las liquidaciones y mejorar los márgenes. Porque, al final, cuando tenían mucho *stock* de productos se les pasaban liquidando", cuenta una fuente con conocimiento directo de la estrategia de Falabella, a la que accedió esta revista. Al cierre del 1T24, Falabella logró reducir el inventario en 11%.

La notoria mejora de los números también fue favorecida por vientos externos, ajenos a la estrategia de la compañía. "En general, vemos una ligera recuperación en el sector *retail* desde el segundo trimestre del año, debido a una mayor liquidez por los retiros de AFP y CTS y al invierno", sostiene el director de la consultora Vinson Perú, Eduardo Daly.

Gracias a la suma del ajuste interno y los vientos de cola externos, los ingresos consolidados del *holding* crecieron 8% durante el 1S24. Y, a nivel Perú, las ventas registraron un crecimiento de 14%.

## A seguir remando

En Falabella, sin embargo, los ejecutivos sa-

ben que consolidar la resurrección vista en los últimos meses dependerá de que logren mantener el nivel de generación de eficiencias y de seguir mejorando la rentabilidad. Sólo así dejarán de estar a merced de las volatilidades de la coyuntura económica.

Durante los próximos meses, el foco de la compañía estará en su unidad de supermercados. En diciembre del 2023, Falabella designó al brasileño Renato Giarola como nuevo gerente general de Tottus para los mercados de Perú y Chile, con el mandato de readaptar la estrategia de la empresa. "[Tottus] está en el proceso de análisis y de diseño de varios temas, que ya están pasando por aprobación del directorio. [Se está poniendo el foco] en varios temas: la rentabilidad por m², el surtido de productos, el desarrollo y mejoramiento de marcas propias, entre otros", adelantó el country manager de Falabella Perú, Alex Zimmermann, a SEMANA económica en junio último.

## "Hacia el próximo año, podríamos ver que las clasificadoras mejoren el *outlook* de Falabella"

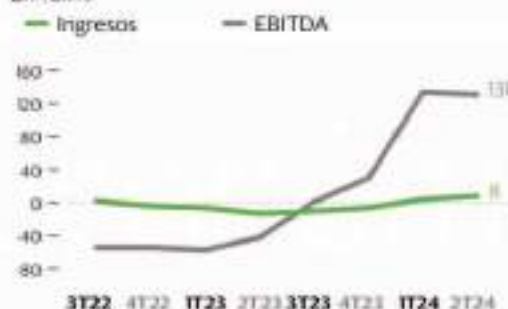
Como parte del plan, las tiendas de Chile redujeron el metraje dedicado a las categorías *non-food*; una decisión que permitió que Tottus crezca por primera vez desde el 1T22 en el país sureño. Si bien estas categorías han mostrado un mejor desempeño en el Perú, la medida podría replicarse aquí. "La nueva gerencia no está muy convencida con el *non-food* desplegado en años anteriores, en categorías como electro, vestuario, calzado y juguetería. Podrían disminuir m² a estas categorías para dárselas al *food*", anticipa una fuente con conocimiento de este proceso de evaluación.

En cuanto a la expansión, el foco estaría en Hiperbodegas Precio Uno, el formato *discount* de Tottus. "Principalmente en provincias, donde la penetración aún es baja", precisa un ejecutivo recientemente involucrado en las decisiones de la compañía.

Por el lado de las tiendas departamentales, la estrategia de Falabella será aprovechar la

### Indicadores financieros de Falabella

En var. %



Fuente: EE.FF. Falabella

### Ratio de deuda/EBITDA de los negocios no bancarios



Fuente: EE.FF. Falabella

presencialidad para competir con jugadores que aún no pueden ofrecer una experiencia omnicanal. Con ese fin, en el 2S23 la compañía creó la gerencia de Experiencias en Tienda y Nuevas Categorías. "Por iniciativa de la gerencia general y la gerencia de Negocios, se creó el concepto de esta nueva área, que se encarga de generar entretenimiento en nuestras tiendas. Pensando no sólo en el usuario final, sino también en hacer participe a su familia", explica la gerenta de esta nueva unidad, Dania Calanzaro.

Si las medidas funcionan y los buenos resultados del 1S24 se consolidan, Falabella podría recuperar su grado de inversión al cierre del 2025 o en el 2026. El año pasado, tanto Fitch como S&P le asignaron un *outlook* negativo a la compañía. "Hacia el próximo año, podríamos ver que mejoren el *outlook* de Falabella", conforme la compañía reduzca y mantenga su deuda por debajo del ratio de 3.5x, es más probable que pueda recuperar el grado de inversión", dice el analista senior de Research de Seminario SAB, Sebastián Cruz.

Al cierre del 2T24, Falabella reportó un *leverage* de 4.7x, muy por debajo del 8.6x alcanzado en el mismo trimestre del 2023. Para fin de este año, la compañía estima llegar a un apalancamiento de deuda de 4x. Así, el 2025 se presenta como un año clave para que el sol vuelva a brillar por completo para el holding. ■

## BANCA

CAMINO A LA  
RECUPERACIÓN

El 2024 apunta hacia una gradual recuperación de la rentabilidad de los bancos del país, que había acumulado diversos golpes en los últimos meses. Para volver a los niveles prepandemia del Covid-19 habrá que esperar al 2025.



POR MARCO ALVA P.

El descenso en la rentabilidad del sistema bancario peruano ya habría tocado su punto más bajo. Hoy, los bancos locales se encaminan hacia una recuperación gradual, que los llevaría a acercarse a niveles prepandemia del Covid-19 durante el 2025.

Entre diciembre del 2023 y julio del 2024, el ROE de los bancos —que mide su rentabilidad patrimonial— cayó desde 14.29% hasta 12.97%. Una cifra bastante inferior al 17.27% registrado al cierre del 2022, según datos de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS).

Si bien las provisiones de los bancos retrocedieron durante el 2024, estas se mantuvieron relativamente altas debido a la creciente morosidad. Eso golpeó las utilidades de las entidades bancarias y, por tanto, afectó su rentabilidad.

Los shocks experimentados en el 2023 pasaron factura a los clientes de la banca. Y, sobre todo, a los de menor tamaño, como remarca Ricardo Vásquez, analista senior de Intéligo SAB. De hecho, los ban-

cos enfocados en los segmentos de consumo y mypes reportan los menores niveles de ROE del sector. E incluso dos de ellos obtuvieron un ratio negativo.

**Sale el sol**

Hoy, los analistas advierten una mejora gradual en la rentabilidad. Y coinciden en que lo peor ya habría pasado.

Marco Contreras, head of Re-

search de Kallpa SAB, recuerda que los niveles actuales de rentabilidad todavía están lejos de los que solía tener la banca peruana. Pero la normalización de los niveles de provisiones sigue en marcha y el crecimiento económico está tomando cierta tracción en el país. Así, el 2024 apunta a ser mejor para la rentabilidad bancaria, según estima Luis Ramos, gerente de estrategia de renta variable de LarrainVial Research.

Para mejorar sus ROE, los bancos han optado por ajustar las políticas de colocación de créditos, priorizando a los clientes de menor riesgo. "En el contexto de recortes de tasas de interés, también redujeron la duración de sus pasivos y aumentaron el de sus activos",

añade Vásquez. Y un reporte de Moody's local resalta que los ingresos financieros le están permitiendo a los bancos absorber el costo de fondeo.

La mejora más nítida en la rentabilidad de los bancos se vería, ahora, en el 2025. "Deberían reportar niveles de ROE más cercanos a los que solían tener, de 18%", prevé Contreras.

"Los bancos deberían reportar niveles de ROE cercanos a 18% en el 2025"

**Evolución de la rentabilidad patrimonial (ROE) del sistema bancario**

En %



Fuente: SBS

SEMANAeconómica

# Sumamos nuevas voces al mejor análisis



**Economía y finanzas**

**Gonzalo Camargo**  
Gerente general de Bci Perú



**Deals**

**Guillermo Ferrero**  
Socio de Philipp Prato Carrizosa,  
Ferrero, DU & CIA



**Política**

**Mávila Huertas**  
Periodista



**Inversiones**

**James Loveday**  
Head de Credicorp Capital  
Asset Management



**Desarrollo profesional**

**Mariana Costa**  
Cofundadora de Laboratorio+



**Competencia**

**Jesús Espinoza**  
Exdirector de Investigación  
y Promoción de la Libre  
Competencia del Indecopi



**Talento**

**Marlene Negreiros**  
Vicepresidenta corporativa de  
Talento y Cultura del Grupo UNACEM



**Talento**

**Renzo Rossi**  
CHRO de Mibanco



**Mercado de Valores**

**Daniel Guzmán**  
Gerente general de Credicorp  
Capital SAB

Síguenos en:



# Sectores y Empresas

INDUSTRIA

## Joya de repunte

Las exportaciones joyeras cerrarán el 2024 con la mejor cifra de los últimos seis años. Ello gracias a una exoneración tributaria dispuesta a fines del 2023.

Las exportaciones de joyería cerrarán el 2024 con resultados récord, no vistos en el país desde el 2018. Detrás de las cifras extraordinarias que alcanzará el rubro están las modificaciones a las normas del Impuesto General a las Ventas (IGV), que regulan el abastecimiento de la materia prima para la confección de joyas y entraron en vigencia desde noviembre del año pasado.

A raíz de este ajuste tributario, la venta de metales por parte de productores mineros a fabricantes nacionales quedó exonerada del pago del IGV e incentivó el abastecimiento interno. Cuando no tenían este beneficio, las empresas de joyería debían recurrir a la importación de metales para la producción, ya que las mineras no tenían incentivo para venderse los. "Teníamos todo: mano de obra, *know how*, talleres, fábricas y, lo más difícil, clientes. Pero no la materia prima. Entre el 30% y el 40% de los pedidos quedaban en *stand by*. Hoy, ya podemos atender cualquier orden de compra de afuera", dice la presidenta del Comité de Joyería y Orfebrería de Adex, Rocío Mantilla.

Como resultado, este año las exportaciones del sector superarían los US\$128 millones, de acuerdo con las proyecciones de Adex. Sólo a junio, las exportaciones alcanzaban los US\$89,4 millones, equivalentes al 92% de todo lo registrado en el 2023 (ver gráfico). Y el aumento del volumen de ventas ha compensado,

Exportaciones peruanas del sector joyería  
En millones de US\$



Fuente: SII/Instituto Peruano de Estadística



incluso, el alza de costos de la materia prima. En lo que va del año, el precio del oro subió 23%, mientras que el de la plata creció 31%.

Este escenario más propicio le ha permitido a las exportadoras de joyería diversificar su oferta. "Antes sólo exportábamos cadenas; ahora, también aretes, dijes y anillos. Con esto, enfrentamos la diversidad de productos que consume el mercado americano", cuenta el gerente general de New Fashion, Clemente Guevara. Con 80% de la demanda, EE.UU. es el principal destino de sus productos.

Hoy, la plata, que representa menos del 5% de las exportaciones, también va ganando mercado frente al oro. "Tene-

mos clientes que piensan introducir a su oferta una línea de plata y priorizan piezas de lujo. Ello permite competir frente al oro y que este no se vea como el único metal fino", explica Joanna Meza, representante comercial de Adria Joyería, que incrementó en 15% en sus exportaciones.

Tras el aumento del costo del oro y la plata, los exportadores apuntan ahora a generar productos más sofisticados para elevar su valor. "Hoy, el precio del metal representa el 80% del valor final. Pero, si se hicieran piezas únicas y diferenciadas, o se incorporaran otros elementos, como una piedra preciosa, la mano de obra ganaría valor y el metal no representaría más del 40% del precio", advierte el profesor de Administración y Finanzas de la Universidad ESAN, Edmundo Lizarzaburu. Esto le permitiría a las empresas locales de joyería explorar otros mercados, como España y Japón. (OGC)

Sólo a junio, las exportaciones alcanzaban el 92% del monto total exportado en el 2023

## "Los empresarios sólo están haciendo mantenimiento"

Juan Craus, gerente general y fundador de Asset Industrial, remarca que la escasez de nuevos proyectos de inversión los llevará a priorizar una estrategia de penetración de mercados para crecer.



### ¿Cuál es su modelo de negocio?

Somos comercializadores de productos de uso industrial para infraestructura y traslado de fluidos. Importamos y también comercializamos productos nacionales, de Aceros Arequipa, Siderperú, etc. Algunos clientes nos piden exportar a sus sucursales en el extranjero, pero en menor medida.

### ¿A qué sectores atienden?

A clientes corporativos de producción y extracción: pesca, minería, hidrocarburos, textiles, alimentos, infraestructura, etc. Entre los principales están Gloria, Buenaventura, Exalmar, Pesquera Diamante, Petrotal.

### ¿Cómo han ido sus resultados?

Realizamos una reingeniería de áreas para la logística, con énfasis en la automatización de procesos, como tiempos de entrega y calificaciones crediticias. Nos dio valor agregado en atención al cliente. En el 2020, la pandemia nos limitó y se reflejó en ventas, pero en el 2021 sobrepasamos la meta, con S/4,5 millones. Con la caída de las expectativas empresariales, volvimos a retroceder. Este año hay una tranquilidad relativa.

### ¿Cuánto esperan facturar 2024?

En S/20 millones, con un 1% de crecimiento.

### ¿Cómo mantendrá Asset el crecimiento

### de cara a recuperar las cifras del 2021?

Los empresarios están reacios a soltar nuevos proyectos y solamente están haciendo mantenimiento. Entonces, empleamos una estrategia de penetración de mercados. Buscamos captar nuevos clientes en los segmentos en los que ya estamos.

### ¿En qué están invirtiendo para lograrlo?

Seguimos reforzando los canales digitales. Para la cadena logística, en el 2023 ampliaremos nuestra capacidad de almacenaje. Tenemos un almacén de 300 m<sup>2</sup> y otro de 2.200 m<sup>2</sup>. Queremos llegar a 5.000 m<sup>2</sup> con una inversión de US\$2 millones. Además, duplicaremos la flota vehicular. (CCG)



## AGROPECUARIO

## LOS COSTOS DEL FUEGO

Los incendios forestales registrados esta semana en diversas regiones del Perú, con el lamentable saldo de 18 víctimas mortales y pérdidas en flora y fauna que superan los S/20 millones, por ahora no perjudicarán significativamente la producción agrícola.

Las zonas más afectadas están en la Amazonía, donde los productos potencialmente vulnerables serían el café, el cacao, el

plátano y la palma. Sin embargo, los incendios se concentran en áreas no productivas. Como explica el director de Videnza Consultores, Milton von Hesse, el mayor perjuicio recaerá sobre la agricultura de subsistencia, es decir, aquella enfocada en pequeñas parcelas.

"Hay afectación, pero no creo que supere las 200 hectáreas", advierte el gerente de la Asociación Peruana de Productores de Cacao, Luis Mendoza, cuya zona de influencia es la provincia de Mariscal Cáceres (San Martín). Por ejemplo, la exportadora de cacao Sumigao, que opera en el Huálasa, el Vraem y distritos de San Martín, Agurimac, Pasco y Loreto, no tiene registro de parcelas afectadas. Así lo confirmó a esta revista su CEO, Israel Pisetsky.

A raíz del cambio climático, los productores de café y cacao migraron a zonas más húmedas en el último tiempo. Y estas no han sido afectadas por los siniestros. "Nos obligó a empujar los productos hacia zonas de altura", señala el gerente general de la Cámara Peruana del Café y el Cacao, Antonio Arbe.

El efecto sería mínimo, además, porque la campaña grande, que concentra la mayor producción, ya concluyó. "Sólo falta la campaña chica, entre octubre y diciembre. Si hay una disminución [de producción], no será mayor al 10%. Mantenemos

muy buenas expectativas", dice Mendoza. Ello evitará la escasez y las alzas significativas de precios en los próximos meses.

Los productos cultivados en el norte también están a buen recaudo. "Los incendios no han afectado la siembra", asegura el director de la Asociación Peruana de Productores de Ajo, Carlos Guevara. Ahora, las declaraciones de emergencia en 23 distritos de Amazonas, San Martín y Ucayali permitirán atender la emergencia. Pero lo harán

sin interrumpir la logística del transporte, según el exdirector de Agrorural, Marco Vinelli.

Por ahora, el principal riesgo para las siguientes campañas sigue siendo la sequía. Las lluvias registradas la semana pasada, por ejemplo, tuvieron una baja precipitación. (CCG)

**"Si hay una disminución [de producción], no será mayor al 10%"**



## INMOBILIARIO

## EFECTOS DE LA 'TASA AIRBNB'

La aplicación del Impuesto General a las Ventas (IGV) al servicio de Airbnb no frenará el mercado de unidades destinadas a rentas de corto plazo, pero le permitirá a la Sunat fiscalizar el pago del impuesto a la Renta (IR) por alquiler, lo que podría trasladar la oferta y demanda de este tipo de inmuebles a mercados paralelos.

"El cobro del IGV será sobre la comisión que cobra la plataforma por interconectar al propietario y al inquilino temporal", explica el Intendente Nacional de Estrategias y Riesgos de la Sunat, José Antonio Peña.

Esto implicaría un incremento cercano al 3% sobre la tarifa que el huésped paga por el servicio de Airbnb. "Son impactos relativamente menores, que no deberían afectar mucho al mercado", considera Nicolás Sifuentes, fundador de Icon House, una empresa dedicada a la administración de departamentos para rentas de corto plazo.

Las inmobiliarias también prevén un impacto acotado. "[En Miraflores, Barranco y San Isidro] creemos que esos productos van a seguir siendo altamente demandados. Quizás en otros distritos pueda

haber una mayor afectación", señala el gerente de finanzas de Tale Inmobiliaria, Rodolfo Namacho. "No vemos que el impacto sea relevante, porque en los proyectos que tenemos en Miraflores, el público que compra para rentas de corto plazo es menos del 10%", explica el gerente general de Tribeca, Miguel Deodora.

Sin embargo, semanas antes el ministro de Economía y Finanzas, José Arista, indicó que la medida busca que las personas que se dedican al alquiler de manera recurrente paguen también el IR. "[El impacto podría darse] en las personas que no pagan ese impuesto. Ahí sí es más esperable que vayan a un mercado paralelo", señala el socio de impuestos de Philipp Prieto-camizosa Ferrero DU & Uria, Walker Villanueva. "Si una persona realiza múltiples actividades de alquiler,

la Sunat podría identificarla como actividad empresarial y cambiar el gravamen", advierte el socio de Ecovis, Octavio Salazar.

Así, el propietario ya no pagaría el IR de primera categoría (5%), sino el de tercera categoría (29.5%), pero la ley no fija las condiciones que llevarían a un cambio de esta naturaleza. "El impacto podría ser más significativo de lo que algunas inmobiliarias anticipan. Si los propietarios no absorben esos costos, los usuarios preferirán otras opciones", dice el director regional de RE/MAX Perú, Alan Roif. (EAA)

**La medida busca que los arrendatarios también paguen el IR**

## EDUCACIÓN

## "Esperamos un crecimiento mayor al 20% [en 2024]"

Enrique Stiglich, director de UTEC Posgrado, proyecta que la escuela seguirá incrementando la facturación y el alumnado, a pesar una demanda *flat* en el 2024. Adelanta el lanzamiento de diez nuevas maestrías este año y el 2025.

## En agosto del 2023 dos unidades se fusionaron para formar UTEC Posgrado. ¿A qué respondió esta decisión?

UTEC tenía dos áreas separadas. El área de Posgrado nacía desde la universidad, desde el *faculty*. Y el área de Educación Ejecutiva tenía una vinculación muy cercana con la industria, orientada a la práctica. Con esta fusión, buscamos sacar lo mejor de ambas: apalancar toda la capacidad de UTEC en términos de laboratorios, conocimientos, y vincularla con la experiencia práctica de nuestras relaciones con la industria.

## A un año de la fusión, ¿qué resultados han obtenido?

El 2024 fue más lento de lo esperado. A pesar de eso, nos ha ido bien. Duplicamos el número de alumnos de maestrías lanzando dos nuevas. En programas abiertos, crecimos entre 10% y 20%. Y crecimos en nuestros programas para organizaciones (B2B), aunque a menor ritmo. Las empresas se han comportado de manera conservadora en el 2024, y una de las primeras líneas de presupuesto que a veces se reduce es la capacitación. Sin embargo, desde julio ya vemos que se ha intensificado bastante.

## Los cursos cortos han cobrado más relevancia que las maestrías largas (SE+55). ¿Ha sido así en UTEC Posgrado?

Hemos visto crecimiento en interés en ambos lados. Tenemos mucha gente que quiere hacer un curso corto porque quiere descubrir un tema nuevo, como inteligencia artificial. No es que haya bajado la demanda para los formatos más grandes, sino que la gente empieza a medir más cuál es su retorno a la inversión. Si han desaparecido los formatos intermedios, los diplomados de un año.

## Tras un 2024 lento, ¿qué expectativas tiene para su línea B2B?

Esta línea es muy importante. No sólo representa cerca del 40% de nuestra facturación, sino que nos permite mantenernos cerca de la industria. El 2024 estuvimos *flat*. El 2025 esperamos recuperar el crecimiento, entre 10% y 20%.

## ¿Cuánto esperan facturar al cierre del 2024?

Esperamos un crecimiento mayor al 20% en alumnos y facturación. Lanzaremos tres nuevas maestrías en lo que queda del año y siete más en el 2025. (AÑO)



## TURISMO

### HOTELEROS EN VILO

El sector hotelero ya dejó los estragos del 2023 —recuperando sus tasas de ocupación— pero está lejos de volver a los niveles previos al Covid-19. La recuperación completa podría retrasarse aun más por la falta de predictibilidad sobre la fecha de inauguración de la ampliación del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez y el próximo mantenimiento de la pista antigua.

La ocupación en los últimos ocho meses, en Lima y el sur, llegó casi al 60% por el avance del turismo local e internacional, que registró 2.2 millones de viajeros, según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur). Aunque la cifra aún está lejos de los 4.4 millones del 2019. "Esto mantiene bajo el ticket promedio", señala el CEO de Costa del Sol, Sergio Rivas.

La situación podría mejorar en APEC y CADE. En esas fechas, las tasas de ocupación y los precios se dispararían. "Podemos llegar a una ocupación del 100% y las tarifas se triplicarían", dice el director fundador del Grupo BTH, Mario Figueroa. Pero ese avance podría ralentizarse a partir de diciembre. La acelerada inauguración del nuevo terminal del aeropuerto —fijada para el 18 de diciembre, según LAP— afectaría al sector. "Es muy riesgoso hacerlo antes de fiestas, la época con mayor flujo de clientes", dice el CEO de Casa Andina, Juan Stoessel.

También preocupa al sector el mantenimiento de la pista antigua, pues reducirá las operaciones en 30%. "Caerán las reservas y tendremos que bajar tarifas o hacer paquetes para no perder clientes", dice Rivas. Para evitarlo, propone "reducir el tiempo de separación entre vuelos: de ocho millas náuticas a cinco", indica el gerente general de Aetali, Carlos Gutiérrez. (ASU)



Urbana proyecta crecer 33% en el 2025  
URBANA PERÚ

## INMOBILIARIO

### Foco en Urbana Perú

La inmobiliaria espera consolidar una recuperación luego de cinco años de desempeños afectados por el Covid-19 y la inestabilidad política. Este año proyecta facturar S/175 millones, debido a una mejoría de ventas en Lima Top y Lima Moderna. (EAA)

#### OPERACIONES

Urbana Perú es una inmobiliaria con 15 años en el mercado que hoy cuenta con proyectos en desarrollo en Lima. El 43% del portafolio total está concentrado en Lima Top, el 31% en Lima Moderna y el 26% restante en Lima Centro. A finales de octubre, la firma ampliará su portafolio en Lima Centro con el lanzamiento de un proyecto de 165 departamentos ubicado en Breña.

#### Facturación de Urbana Perú

En millones de S/



Fuente: Urbana Perú

#### CRECIMIENTO

La empresa facturó S/200 millones en 2019, alcanzando así su máximo pico en los últimos cinco años. Sin embargo, dos factores originaron una merma en los resultados: la pandemia del Covid-19, que frenó sus ventas en el 2020, y la inestabilidad política del 2022. "El directorio tomó una posición conservadora", precisa el gerente general de Urbana Perú, Jaime Paredes.

Este año, la desarrolladora estima alcanzar su facturación anual más alta en los últimos cuatro años, con S/175 millones, un crecimen-

to de 23% respecto al 2023. El impulso proviene de un mejor ritmo de ventas en sus proyectos de Miraflores y San Isidro. "En Lima Top, vendíamos de dos a tres departamentos al mes. Hoy, vendemos entre cinco y seis, porque tenemos unidades pequeñas que aplican a M/M-vivienda", explica Paredes.

También ha influido el inicio de la entrega de sus departamentos en Santa Catalina y Santa Beatriz. "Con ello se reactivó el tema de los 'referidos'. Eso nos mueve la aguja", señala Paredes.

#### ESTRATEGIA

Hacia el 2025, Urbana espera crecer 33% respecto al 2024. Para ello se apalancará en su nuevo proyecto situado en Breña, cuya primera venta iniciará en noviembre y en la compra de nuevos lotes para desarrollar proyectos en Magdalena, Surquillo, Lince y Jesús María. La inmobiliaria focalizará su estrategia en la construcción de departamentos que puedan aplicar a los bonos del Fondo Mivivienda. "Estamos focalizándonos en unidades de una o dos habitaciones, que estén dentro del rango que beneficia el programa", indica el gerente.

## EVENTOS SE

UNA CADENA HECHA  
CON SOSTENIBILIDAD

**Nekane Martínez,**  
Responsable de  
Sostenibilidad de  
BBVA en Perú.

"Lo que no puede ocurrir es que seamos más exigentes con nuestros proveedores de lo que somos con nosotros mismos"

En el tercer evento del Club de la Sostenibilidad, un proyecto desarrollado por el BBVA y SEMANAeconómica, se debatió cómo la inclusión de criterios ESG en la cadena de valor puede optimizar recursos, reducir costos y fortalecer la imagen reputacional de todos los stakeholders. También se abordó el importante rol que juegan las empresas al momento de ayudar a sus proveedores a elevar sus estándares de sostenibilidad.

El panel estuvo conformado por Ángel Rodríguez, Subgerente de Sostenibilidad y Experiencia al Cliente de Cencosud; Jorge López-Dóriga, Director Global de Comunicación y Sostenibilidad del Grupo AJE; Juliana Salazar, Gerente de Sostenibilidad de Lima Airport Partners; y Nekane Martínez, Responsable de Sostenibilidad de BBVA en Perú. La moderación estuvo a cargo de Eduardo Prado, jefe del Content Lab de SEMANAeconómica. ■



**Ángel Rodríguez,**  
Subgerente de  
Sostenibilidad y Experiencia al Cliente  
de Cencosud

"Para poder hacernos cargo de las cadenas de valor sostenible, las áreas de sostenibilidad deben dar soporte, pero no ser los dueños de esa transformación"



PROHIBIDA  
BBVA



**Jorge López-Doriga,**  
Director Global de  
Comunicación y  
Sostenibilidad del  
Grupo AIE.



"No se puede llegar a ningún objetivo hoy en día, sobre todo objetivos de sostenibilidad, sin la colaboración de todos"



**Julisa Salazar,**  
Gerente de Sostenibilidad de Copa Airport Partners.



"Creo que el tema de compartir espacios de aprendizajes y experiencias ayuda muchísimo tanto al lado de proveedores como al lado comercial"



## POBREZA

### La eterna deuda del indicador

La controversia sobre el aún ausente indicador de pobreza multidimensional esconde pugnas al interior de la comisión encargada de crearlo, del INEI y del gobierno.

La elaboración de un indicador de pobreza multidimensional sigue siendo una deuda pendiente para el Perú. Las discusiones en torno a la necesidad de contar con una medición de este tipo, que complemente el indicador de pobreza monetaria elaborado por el INEI, datan al menos del 2016. Desde entonces, se pueden encontrar declaraciones de la Comisión Consultiva de Medición de la Pobreza, señalando que el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) trabajaba en ello. Pero, ocho años después, nada cambia. "Hay un subgrupo de trabajo discutiendo la medida desde hace 8 años. Si en ese tiempo no se pudo hacer, hay un problema", cuestiona Carolina Trivelli, investigadora del IEP, ex titular del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (Midis) e integrante de la mencionada comisión.

Ahora, la intención del gobierno es encargarle la elaboración del indicador de pobreza multidimensional al Midis. Una pretensión que ha encendido las alarmas en torno a la conveniencia de que sea justamente la entidad rectora de las políticas sociales la que se encargue de realizar la medición, en lugar del INEI. Los economistas Javier Escobal y Javier Herrera —ambos, integrantes de la Comisión Consultiva de Medición de la Pobreza— han criticado públicamente esta propuesta. "Se pretende desconocer lo que en principio se asignó al INEI. Eso le resta credibilidad a todos los indicadores, no sólo al de pobreza", explica Herrera.

En julio de 2023, el gobierno solicitó al INEI una medición oficial de pobreza multidimensional en un plazo de 90 días. Pero el resultado fue un documento que, en realidad, entregó apenas un tablero de control. Aunque el INEI tenía un encargo claro, los desacuerdos en el interior de la comisión consultiva habrían limitado el alcance de la entrega.

Es ante esta dilación que el gobierno empezó a barajar la posibilidad de elaborar un decreto supremo para encargarle la medición al Midis. "La



medida que nosotros proponemos es una metodología estándar, que se aplica en más de 30 países. La propuesta

El gobierno le pidió al INEI una medición en julio del 2023

del decreto supremo indica que el Midis puede emitir normas complementarias para tener una infraestructura institucional que brinde la legitimidad que se tiene para la pobreza monetaria", afirma José Velazquez, director general de Seguimiento y Evaluación del Midis.

Hoy, la discusión se debate entre la urgencia de contar con el indicador versus la conveniencia de que lo realice una entidad u otra. Y, en medio de esta, los peruanos más pobres. "Estos indicadores están siendo validados por instituciones internacionales con experiencia. Maquillar cifras por ahí es casi imposible. No veo ningún elemento de presión política detrás [...] Lo ideal sería que el INEI lo haga. Pero, mientras tanto, se puede ir trabajando algo que permita el diseño de políticas públicas", concluye Carlos De los Ríos, economista principal del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y también miembro de la comisión consultiva". (JTV)



## COMMODITIES

# PETRÓLEO A LA BAJA

El precio del petróleo está en niveles mínimos no registrados desde el 2021. El barril de Brent cotiza cerca de los US\$69, mientras que el WTI cayó hasta los US\$65 la semana pasada.

El principal catalizador de la caída en el precio es el ajuste a la baja en las expectativas de demanda de China –responsable del 15% de la demanda global de petróleo–, lo que llevó a la OPEP a reajustar sus estimaciones el pasado 10 de septiembre. De esta forma,

confirmó una tendencia bajista que ya venía notándose desde meses atrás. En junio, la OPEP ya había anunciado que los países miembros y sus aliados mantendrían los recortes de producción que habían acordado hasta el 2025, pero, incluso luego de esa decisión, el precio del crudo siguió cayendo. “La OPEP siempre interviene y el nivel de referencia son los US\$70. Esto ha provocado que los precios

empiecen a rebotar un poco”, apunta Katherine Salazar, analista de Scotiabank.

Las proyecciones del FocusEconomics de septiembre ubican al crudo en un promedio de US\$80 para el WTI, mientras que para el Brent se sitúa en torno a US\$84. “Nuestra proyección promedio del año (US\$80) tiene sesgo a la baja. El precio puede tener presiones a caer si salen más datos negativos de China, sobre todo por el lado de sus

importaciones”, agrega Salazar, quien también considera que el WTI podría mantenerse en torno a los US\$70 hacia finales del año.

En el nivel actual, el precio del petróleo

no representa mayor presión inflacionaria para la economía peruana, apunta Pamela Bernabé, economista del Sistema de Información de Macroconsult. “Puede haber un margen al alza si empieza a darse un efecto por los recortes de la FED, pero para que impacte en la inflación la escalada debe ser notoria, como cuando subió hasta los US\$90. No vemos ese tipo de presión”, concluye. (JTV)

La caída en la demanda de China ha impactado en el precio del crudo

## Evolución del precio del petróleo\*

En US\$ por barril



\*Se tomaron precios de referencia (media) del Brent y WTI

Fuente: Bloomberg

## MERCADO DE VALDRES

# BUEN VIENTO PARA LA BVL

La coyuntura externa juega a favor de la BVL. Luego de que el miércoles la Fed de EE.UU. redujera su tasa de referencia, la plaza limeña inició su sesión el jueves al alza y se espera que, en adelante, se mantenga el viento a favor. La bajada de tasas favorece a los mercados emergentes, como Perú. El mercado se anticipa y ya vemos a inversionistas extranjeros regresando. Hay

menores tasas de la Fed elevan la expectativa de una mayor flexibilización financiera local, en línea con una potencial mejora en los números de los bancos y un consumo más fuerte.

Los papeles financieros representan 35% del índice general de la BVL, mientras que consumo explica otro 11%. “Es una apuesta segura, porque van a sentir toda la reducción de tasas de Perú y también directo de EE.UU., pues hay un 20% del financiamiento de la banca que se da en dólares. IF5 y Credicorp serían las opciones. Luego están las acciones de consumo,

## Evolución de las bolsas de EE.UU. y Perú

Valores de índices representativos\*



\*Se usó el índice S&P 500 para EE.UU.

Fuente: BVL, Bloomberg

Fuente: BVL, Bloomberg

margen para que el índice local vaya mejor”, apunta Jorge Ramos, gerente general en BBVA Bolsa.

Luego de la drástica reducción de 50 puntos básicos dispuesta por la Fed en su reunión del 18 de septiembre, el mercado espera nuevos recortes de entre 50 y 100 puntos básicos en las reuniones de noviembre y diciembre. “Existía cierta preocupación de que un recorte mayor a 25 puntos básicos pudiera generar dudas sobre la economía americana, pero este no ha sido el caso, viendo la reacción inicial de los mercados”, dice Diego Camacho, economista internacional de Credicorp Capital.

En el plano local, banca y consumo serían los sectores que más se beneficiarían. Las

Alicorp sería una buena apuesta”, resalta Carlos Rojas, CEO de Capla Safi.

Las menores tasas también le vienen bien al sector minero. Metales clave para la economía peruana, como el oro y el cobre, se beneficiarán de su correlación inversa con el dólar y un mayor optimismo en la demanda. No obstante, las dudas respecto a la economía de China atenuan este efecto. “Vemos una actividad local creciente porque las acciones están descontadas, pero también porque hay un apetito mayor, por cómo han evolucionado los precios de los commodities. Esto se acentúa cuando hay este cambio en el mood global hacia recortes”, concluye Reyk Itakura, gerente de Inversiones Mercados Públicos Top Down de AFP Integra. (JTV)

La baja de tasas favorece mercados emergentes como Perú

## RIN: REPUNTE COYUNTURAL

Las Reservas Internacionales Netas (RIN) subieron en US\$1,822 millones en los últimos meses y alcanzaron los US\$82,855 millones al 18 de septiembre del 2024, según cifras del BCR. Niveles por encima de los US\$80,000 no se registraban desde marzo de 2021.

Sin embargo, los factores que explican el fuerte incremento de las RIN serían coyunturales y no respaldarían, por lo tanto, ritmos de expansión similares hacia adelante. "Se necesitan mayores niveles de crecimiento de la economía para acumular reservas, pero hoy no tenemos esa capacidad", advierte Jorge Guillén, profesor de Esan.

**Niveles por encima de US\$8,000 no se registraban desde el 2021**

Los depósitos en dólares del sector privado han aumentado debido a los retiros de los fondos de pensiones de las AFP y el menor apetito por invertir de las empresas. Esos factores han contribuido al mayor avance de las RIN, estima Marco Ortiz, docente de la Universidad del Pacífico. "Probablemente sea algo coyuntural", opina.

Las RIN equivalen al 29% del PBI del Perú, un nivel que es uno de los más altos de América Latina, refiere Pablo Nario, subgerente de Estudios Económicos de Scotiabank. La evolución que viene mostrando anticipa un resultado favorable de la Balanza de Pagos durante el 3T24, añade.

Del total de RIN, el 65% son reservas propias del BCR –la posición de cambio– y el 35% restante corresponden al Estado y al encaje que realizan

## Evolución de Reservas Internacionales Netas (RIN)

En millones de US\$



Fuente: BCR

los bancos por los depósitos del público en dólares. Y es que en Perú, a diferencia de otros países, el sistema financiero permite ahorrar en la moneda estadounidense, explica Juan Carlos Odar, director de Phase Consultores. Hoy, el 33% de los depósitos están en dólares.

Un alto nivel de reservas internacionales brinda un respaldo al país en caso de contingencias, refiere Guillén. Por ejemplo, frente a una crisis de deuda o una

crisis financiera. "Es el equivalente al colchoncito que guardan los hogares y que se mantiene de forma muy líquida", apunta Ortiz.

Esas RIN también le permiten al BCR tener mayor capacidad para inyectar dólares a la economía ante un eventual ataque especulativo contra la moneda local, comenta Odar.

A junio de 2024, el 82% de las RIN estaba invertido en valores de alta calidad, el 14% en depósitos y el 4% en oro. (MAP)

Lee todos los meses a los referentes  
de la gestión del talento

Renzo  
Rossi



y



Marlene  
Negreiros

en SEMANAeconómica



La información de calidad es costosa.  
**Porque cada decisión cuenta.**

En **SEMANAeconómica**  
invertimos mucho tiempo  
y recursos en generar  
contenido valioso y confiable,  
porque **sabemos que la  
información de calidad  
puede marcar la diferencia**  
entre el éxito y el fracaso  
en los negocios.

**SEMANAeconómica**

Información de calidad para decisiones importantes

Suscripciones: [mbringas@se.pe](mailto:mbringas@se.pe)



SEMANA económica

# PERÚ EN EL 2025

## LAS CLAVES PARA VOLVER A CRECER

Las prioridades estratégicas  
y comerciales de los líderes  
del país



**PERÚ EN EL 2025** reunirá a los principales tomadores de  
decisión de las organizaciones más importantes e  
influyentes del país.

**CUPOS LIMITADOS**

SPONSOR PREMIUM



SPONSOR



ESCUELA  
DE POSGRADO  
ULIMA

**04 Noviembre**

The Westin Lima Hotel  
& Convention Center

## NUESTROS SPEAKERS



**DIEGO  
CAVERO**

CEO del BCP



**JUAN LUIS  
KRUGER**

CEO de Minsur



**CINTYA  
AÑANOS**

Directora de Industrias  
San Miguel - ISM



**ELENA  
MAESTRE**

CEO de Telefónica  
de Perú



**ALEX  
ZIMMERMANN**

Country Manager de  
Falabella Perú



**MARCIO  
JULIANO**

Presidente de Backus



**ALBA  
SAN MARTÍN**

Directora de Cisco Systems  
para Latinoamérica



**ROXANA  
BARRANTES**

Directora del Banco Central  
de Reserva del Perú /  
Profesora Principal del Dpto.  
de Economía de la PUCP



**ALONSO  
SEGURA**

Presidente del  
Consejo Fiscal



**DIEGO  
MACERA**

Director del Instituto Peruano  
de Economía - IPE /  
Director del Banco Central  
de Reserva del Perú

ADQUIERE TU ENTRADA

**INFORMES@SEMINARIUM.PE • SEMINARIUM.PE**

## RECLUTAMIENTO

# Apetito por más contrataciones

Las renovadas expectativas de contratación seguirían al alza incluso hasta el 1T25. A partir de ahí, el inicio de la campaña electoral será su principal amenaza.

Las expectativas de contratación de las empresas peruanas seguirán recuperando terreno durante los próximos meses. Sectores como el de consumo masivo, telecomunicaciones y desarrollo inmobiliario son algunos de los que encabezarán la búsqueda de nuevo talento durante el 4T24, en gran medida impulsada por la recuperación de la economía (ver gráfico). Y ciertas empresas contemplan extender este apetito de reclutamiento incluso hasta el 1T25.

Uno de los sectores que impulsa el repunte de las expectativas de contratación para el 4T24 es el de consumo masivo. La recuperación del consumo interno y la inyección de liquidez generada por los retiros de las AFP y CTS anticipan, en contraste con el año pasado (SE1887), un mayor crecimiento en sus ventas.

Las contrataciones por la campaña navideña incluirán, además, la búsqueda de perfiles permanentes. El Grupo Efe, por ejemplo, prevé incorporar entre 80 y 100 nuevas personas a las áreas de marketing y comercial. También buscará líderes de categoría para encaminar las nuevas líneas de negocio que lanzará al mercado en los próximos meses. "Para el 1T25, debe haber unas 40 [contrataciones] más", adelanta su gerente corporativo de Recursos Hum-

nos, Vidal Flores.

El impulso de las contrataciones en el sector inmobiliario, por su parte, estará asociado al inicio de ejecución de nuevos proyectos. "Estamos incrementando nuestras operaciones y proyectos, porque vemos que el mercado aún tiene mucha demanda insatisfecha. Eso debe venir acompañado de mayor capacidad operativa", explica el gerente general de Tribeca, Miguel Deustua.

El perfil más demandado de este sector es el de ejecutivos de venta y postventa, mientras que los ingenieros, arquitectos y obreros serán requeridos para iniciar las obras. Urbana Perú hoy los busca de forma activa para construir cinco nuevos proyectos, según su gerente general, Jaime Paredes.

Entre las 'telcos', Win fortalecerá sus operaciones contratando talento especializado en comercial y experiencia del cliente. A nivel del sector, también crece hoy la demanda de abogados corporativos por parte de empresas proveedoras de fibra óptica, según revela la country manager de Mandomedia,

Erika Céspedes.

Este renovado interés por contratar, sin embargo, aún es insuficiente para recuperar el nivel de expectativas de contratación del 2023 (ver gráfico). "Debería haber un crecimiento en las contrataciones [incluso en el 2025], pero no al nivel del potencial del país", anticipa el gerente comercial de ManpowerGroup Perú, Daniel Galdós. Y, tras el 1T25, el clima político previo a las elecciones del 2026 podría generar incertidumbre sobre las contrataciones.

La reacción de las empresas, por ahora, se avizora diversa. Grandes jugadores, como Falabella, seguirán adelante con sus planes, según su gerente de Logística Omnicanal, Giancarlo Oneto. Pero otras podrían ser más prudentes. "Algunos podrían postergar lanzamientos", anticipa el director ejecutivo de Nuevos Negocios de Inmobiliaria Desarrolladora, Antonio Espinosa. (MAB) ■

El repunte del consumo masivo ha sido clave para elevar las expectativas de contratación

Evolución de las expectativas de contratación 2023-2024



Fuente: Encuesta del Expectativas de Empleo de ManpowerGroup

Demanda de contrataciones por sector en el 4T24



## "Se está haciendo mucho de lo mismo y no se logra un cambio"

Sandra Yamamoto, líder de Cultura y Diversidad de BBVA, remarca la necesidad de seguir referencias extranjeras y no sólo locales para lograr verdaderos avances en materia de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) en el Perú.



**BBVA Perú está culminando el plan trazado para la implementación de iniciativas de DEI entre el 2022 y el 2024.**

**¿Qué retos enfrentaron al ejecutar esta hoja de ruta?**

El primer reto fue identificar los pilares a trabajar, porque cuando hablamos de diversidad hay múltiples aristas. Tenemos cinco pilares: equidad de género, personas con discapacidad, comunidad LGTBQ+, diversidad generacional y diversidad internacional y cultural. La alta gerencia tenía que estar comprometida con nuestra estrategia. Por eso, hicimos que cada uno de ellos sea parte de un grupo de interés.

**¿Hubo resistencia de los colaboradores?**

No, se ha sensibilizado bastante [a los colaboradores]. Lo toman muy normal. Todos los años, a nivel global, tenemos los Diversity Days para hacer un reconocimiento de los pilares de la estrategia.

**¿Qué desafíos aún deben resolver?**

Buscar mayores alianzas, porque creo que en el Perú todos estamos muy similares. En discapacidad falta muchísimo a nivel país. Es importante buscar proveedores estratégicos y expertos en el tema. Por ejemplo, de discapacidad. Pero ya no locales sino de otros países. Al final somos un banco global. ¿Qué país lo está haciendo mejor? Yirno [vemos

sólo] Perú. Nos hemos juntado con bancos, financieras, consumo masivo y todos están en el mismo nivel. Ya no es por competir entre sectores o empresas, es cómo aportamos a la comunidad siendo diferentes. Para eso debemos buscar cosas fuera, porque adentro ya vimos que se está haciendo mucho de lo mismo y no se está logrando un cambio.

**¿Cuál es la ruta para los próximos años?**

Nuestra hoja de ruta son las métricas de este año. [Buscamos] mantenerlas o superarnos en 2025. Por ejemplo, si hablamos de LGTBQ+, que haya más personas que se incorporen a *Be Yourself*. Es un grupo [de colaboradores] de la comunidad. (MAB)

### ESTRATEGIA

## El incómodo momento del planeamiento estratégico



Daniela Pareja,  
asociada de estrategia y negocio de Mambo

**Un buen planeamiento estratégico requiere, inevitablemente, herir susceptibilidades en las empresas y sus líderes. Sin eso, no habrá transformación.**

**E**mprender un planeamiento estratégico no es fácil. Es retador poner las prioridades en orden y alinear al liderazgo, evaluarlos en el ámbito competitivo, desenmarañar los procesos, finanzas y formas de hacer las cosas para identificar desafíos empresariales. Pero uno de los aspectos más desafiantes es que, inevitablemente, hay que herir susceptibilidades para que funcione.

Un buen planeamiento tiene una fase de diagnóstico en la que, generalmente, un equipo consultor identifica los mayores retos de la empresa. Esta etapa implica que un cuerpo extraño formule muchas preguntas y solicite muchos datos. Es entendible la incomodidad de responder con ese nivel de detalle y aun más cuando, semanas más tarde, el equipo externo revela lo que hay en toda organización humana: errores, deficiencias e incoherencias.

Presentar los resultados puede ser incluso más dolo-

roso. Suele generar sentimientos encontrados, egos heridos y hasta reacciones defensivas. Esto es parte importante del proceso. Si no se dicen las cosas difíciles, no surgen las verdaderas oportunidades.

Es casi imposible presentar el diagnóstico sin herir susceptibilidades, pero la verdad es que no se debería evitar herirlas. El balance está en generar un contexto de apertura en los líderes, previo a la recepción de esta información, sin dejar de generar ese shock o incomodidad inicial.

En un planeamiento estratégico, resulta clave que la empresa entienda cuáles son sus puntos de mejora. Y, para ello, se necesita sorprender y ser directo con los hallazgos. Es a partir de la incomodidad de la confrontación con la realidad y con la opinión de los demás líderes que, realmente, podemos generar sentido de urgencia. Esto es lo único que nos puede llevar a retar, de verdad, el statu quo y tomar acción para transformar. Porque realizar un planeamiento estratégico que no transforma es como hacer un omelette sin romper huevos.

## TRIBUTARIO

### La dudosa apuesta por el ISC

La norma que grava con un 1% a las apuestas deportivas y juegos a distancia podría terminar fomentando la informalidad de esta controversial industria.

El decreto legislativo que establece que los consumidores de juegos y apuestas deportivas a distancia sean sujetos del 1% de retención por Impuesto Selectivo al Consumo (ISC) puede resultar contraproducente para el Estado. Si bien con esta norma se busca recaudar unos \$50 millones anuales en un sector que hasta el momento no tributa, encargar a las casas de apuestas la retención de dicho tributo podría constituirse en un desincentivo para que las firmas de esta industria se domicilien en el país.

El decreto, publicado el pasado 13 de septiembre, precisa que todo jugador con residencia habitual en el Perú estará sujeto al pago del ISC. Según el ministro de Economía y Finanzas, José Arista, con esto se busca que las empresas constituidas tanto en el Perú como en el extranjero tengan "la misma responsabilidad tributaria". En la práctica, sin embargo, sería la empresa la que terminará pagando el impuesto y trasladándole el costo al jugador, a través de la cuota de las apuestas o algún otro mecanismo. "Se genera volatilidad en el margen

neto. Eso impacta en el flujo de caja de operadores que, al final, terminarán declinando por enviar dinero desde alguna jurisdicción fuera del Perú para fondear su operación", afirma Gonzalo Rosell, presidente de Apadela, gremio que asocia a Te Apuesto, Apuesta Total, DoradoBet, Betsson y otros.

La medida también empujaría a los jugadores a colocar sus apuestas en casas que no apliquen el ISC, es decir, empresas no domiciliadas en el Perú o, incluso, casas de apuestas ilegales. "Si la persona ve que los precios suben, va a seguir apostando en otro lado. No desincentiva el consumo", advierte Dante Sanguinetti, socio del estudio Philippi Prietocarrizosa Ferrero DU & Uria.

Para el CEO de Apuesta Total, Gonzalo Pérez, el decreto además desconoce algunas dinámicas del mercado, como la existencia de casas de apuestas que permiten a sus usuarios apostar créditos o monedas digitales adquiridas con dinero real. "Una vez que tienes el dinero en la billetera digital, puedes apostar. En esos casos, el operador deberá decidir si traslada el pago del impuesto al precio de la apuesta o si ajusta las cuotas. Ahí hay una afectación que el gobierno no vio", dice.

El ISC es el segundo impuesto que el gobierno pretende aplicar a las apuestas a distancia. El año pasado se aprobó que las empresas de apuestas deportivas y juegos de casino en plataformas tecnológicas paguen una tasa equivalente al 12% de sus ingresos netos. Con ese gravamen, el Estado buscaba recaudar otros \$160 millones anuales. Pero, más de un año después de aprobada la norma, aún no puede aplicarse. "Era una norma con buena intención, que no tuvo cómo implementarse. El problema fue la reglamentación, que no estableció los caminos para pagar", concluye Juan Pablo Porto, socio del estudio Cuatrecasas. (JM)

El gravamen de 12% sobre los ingresos netos, aprobado el año pasado, aún no se cobra





## BARRERAS BUROCRÁTICAS

# INYECCIÓN DE VELOCIDAD

La modificación a la Ley Antibarreras de mayo del 2023 —que fija un plazo de hasta 30 días para que el Indecopi emita medidas cautelares en el marco de sus procesos por barreras burocráticas— está generando un impacto positivo, pero aún se requieren mejoras para acelerar la resolución de los casos.

La normativa que aprobó el Congreso evita que la actividad empresarial se detenga

mientras el Indecopi resuelve los asuntos de fondo. Aunque la entidad, internamente, ya manejaba plazos similares, la asociada senior del Estudio Olaf & Asesoría, Lucía Luna, recuerda que antes de la modificación de la ley el proceso para obtener medidas cautelares era más lento y complejo. “Podían pasar los 120 días hábiles por instancia, y nunca se sabía qué sucedía con la medida cautelar”, explica.

A futuro, el Indecopi desea acelerar no solamente los tiempos para emitir medidas cautelares, sino para resolver los procesos en su totalidad. En ese

sentido, el secretario técnico de la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas del Indecopi, Luis Fernando Marcelo, señala que el objetivo es reducir el plazo promedio de resolución a 100 días hábiles por instancia.

La normativa vigente establece un plazo máximo de cuatro meses para que el Indecopi resuelva un caso en primera instancia, y otro tanto para las apelaciones. Esto puede prolongar la resolución final hasta ocho meses, siempre que se cumplan los plazos.

Entre enero y junio del 2024, el Indecopi ha declarado la inaplicabilidad de 225 barreras burocráticas, un número mayor que el registrado en similar periodo del año anterior (203). La mayor parte de las barreras declaradas inaplicables fueron impuestas por municipios. Acelerar

más los procesos es posible, pero depende mucho de los recursos limitados con los que cuenta el Indecopi.

Pierino Stucchi, socio del Estudio Stucchi Abogados y exgerente legal del Indecopi, considera que aún hay margen para realizar ajustes normativos. En esa línea, propone que la doble instancia sólo se active cuando el Indecopi no reconozca en primera instancia la barrera denunciada. Si la

barrera es declarada inaplicable o irracional en primera instancia, no habría margen para apelación.

Consultado por esta revista, el Indecopi señaló que no tiene

en sus planes proponer alguna modificación legal. Su foco estaría puesto en resolver los casos pendientes y promover la eliminación voluntaria de barreras burocráticas. (TOT)

**Indecopi aspira a reducir el tiempo de resolución de los casos**

## COMPETENCIA

# Atención a la política nacional de competencia



Javier Coronado, *counsel* y director económico de Garrigues

El diseño de este instrumento, dispuesto por PCM, puede ser positivo. Pero, para ello, el empresariado debe tener participación activa en su elaboración.

La Presidencia del Consejo de Ministros (PCM) aprobó recientemente el diseño de una política nacional multisectorial de competencia (PNC). Y, si bien una política de este tipo podría englobar varias iniciativas transversales —por ejemplo, en materia de educación o promoción de la cultura de la competencia—, lo cierto es que el Indecopi ha sustentado la necesidad de la misma sobre la existencia de sectores con “limitada competencia”. En esta categoría se encontrarían algunas industrias alimentarias, como los mercados de la leche y de los aceites.

Una política nacional de competencia podría buscar que las entidades públicas cuenten con más recursos para hacer estudios de mercado que permitan detectar y eliminar restricciones de acceso, así como recomendar a las empresas cambios en sus estrategias o políticas comerciales. De hecho, Indecopi ya realizó sugerencias en servicios notariales, *fintech*, medios de pago, entre otros.

Pero, por otro lado, también podría dar pie a más investigaciones sobre abuso de posición de dominio. En el país, en los últimos cinco años apenas hubo cuatro de este tipo. Un número bastante menor que los que registran Colombia o Chile.

La política nacional de competencia, además, impulsaría la adopción de políticas de cumplimiento en competencia, entre las empresas privadas. En el 2022, como parte de una encuesta del Indecopi a más de 200 ejecutivos, 40% expresó que no tomaba medidas de prevención o no las conocía. Y, entre las empresas que no tomaban medidas, apenas 9% manifestó estar pensando en implementar alguna.

Es cierto que el fomento de medidas en favor de la competencia podría tener un impacto favorable en la productividad de las compañías. Pero, para eso, el sector empresarial debería tener participación activa en la elaboración de la política nacional de competencia. Sólo así podrá asegurarse de que esta se elabore teniendo a los negocios en el centro. ■

## DESCIFRANDO EL PODER TRANSFORMADOR DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

**SEMINARIUM.**

**NED BUSCA ENTENDER CÓMO LA TECNOLOGÍA  
ESTÁ CAMBIANDO NUESTRA FORMA DE HACER NEGOCIOS**



**STEFAN  
HYTTFORS**

**KEYNOTE SPEAKER.**  
Futurista, autor y speaker  
mundialmente reconocido.

**Artificial Intelligence:**  
A New World of Leadership and Innovation

**Sustainability:**  
The New Way to Growth & Profits

## CONOCE A NUESTROS SPEAKERS



**Javier  
Álvarez Pecol**  
Ipsos



**Tomás  
Balmaceda**  
Docentes Filosofía  
y Autor



**Sebastián  
Bustamante Perea**  
Leader Perú



**Borja  
Castelar**  
Futurista,  
Autor "Power Skills"



**Alejandro  
D'Andrea**  
NextGen  
Sakurari



**Francisco  
Escudero**  
ES Perú



**Alexander  
García**  
Prof. Perú



**Paola  
Gálvez Callirgos**  
Consultora Internacional,  
mentora y conferencista



**Tomás  
Gazmuri**  
Andesdt, /  
Director de Empresas



**Martín  
Hagelstrom**  
IBM Sustainability  
Software Latin America



**Ernesto  
Jourde**  
Deloitte Spanish  
Latin America



**Leonardo  
Landaeta**  
Google Cloud Multi  
Country Region LATAM



**Diego  
Madera**  
Instituto  
de Economía



**Daniel  
Monastersky**  
Data Governance  
Latam



**Juan  
Nesis**  
Cerefor Argentina



**Marcela  
Olivieri**  
Page Executive



**Andrés  
Postigo Huanqui**  
Insider Perú



**Ricardo  
Rodríguez Torres**  
Happnic / Inclufituxa



**Daniel  
Salvucci**  
Draper Cyberus

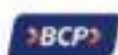


**Simón  
Tamayo**  
McKinsey & Company



**Ernesto  
Ychikawa Toyofuko**  
Cortezal

SPONSOR PREMIUM



SPONSORS



MEDIA PARTNERS



PARTNERS  
ESTRATÉGICOS

